

La télévision atteint chaque jour 57 % de la population suisse à partir de 3 ans

Berne, 19 janvier 2023 – Au second semestre 2022, les programmes des chaînes TV ont été regardés en moyenne – en direct ou en différé – par environ 57% de la population suisse à partir de 3 ans. C'est ce qui ressort des données d'audience collectées pendant le second semestre 2022 sur mandat de la Fondation Mediapulse.

Comme chaque semestre, Mediapulse publie les principales données d'audience TV en Suisse. Présentées sous forme agrégée, ces données livrent une vue d'ensemble de l'utilisation du média TV dans tout le pays. Jusqu'au premier semestre 2022, Mediapulse présentait les données radio et TV dans une publication semestrielle commune. À partir de la présente publication relative au second semestre 2022, les chiffres semestriels de chaque média sont publiés séparément et successivement, en commençant par ceux de l'audience radio, suivis de ceux de l'audience TV, puis de l'audience en ligne.

Audience TV au second semestre 2022

Au second semestre 2022, lors d'un jour moyen, un peu plus de 4,2 millions de personnes ont consommé les offres des chaînes TV, que ce soit en direct ou en différé. Compte tenu de toutes les personnes vivant dans un ménage possédant un ou plusieurs téléviseurs, cela représente une pénétration nette de 57 %. C'est en Suisse italienne que le public TV est le plus assidu, avec une pénétration de 64%. En Suisse romande et en Suisse alémanique, avec 56 %, cette valeur est légèrement inférieure à la moyenne nationale.

Chaque téléspectateur ou téléspectatrice a passé 196 minutes par jour en moyenne à regarder des programmes TV. La durée d'utilisation par personne varie également entre les trois régions linguistiques. La Suisse italienne est de nouveau en tête, avec 222 minutes par jour, suivie de la Suisse romande avec 219 minutes. Quant aux Suisses alémaniques, ils ne regardent la télévision que pendant 186 minutes par jour.

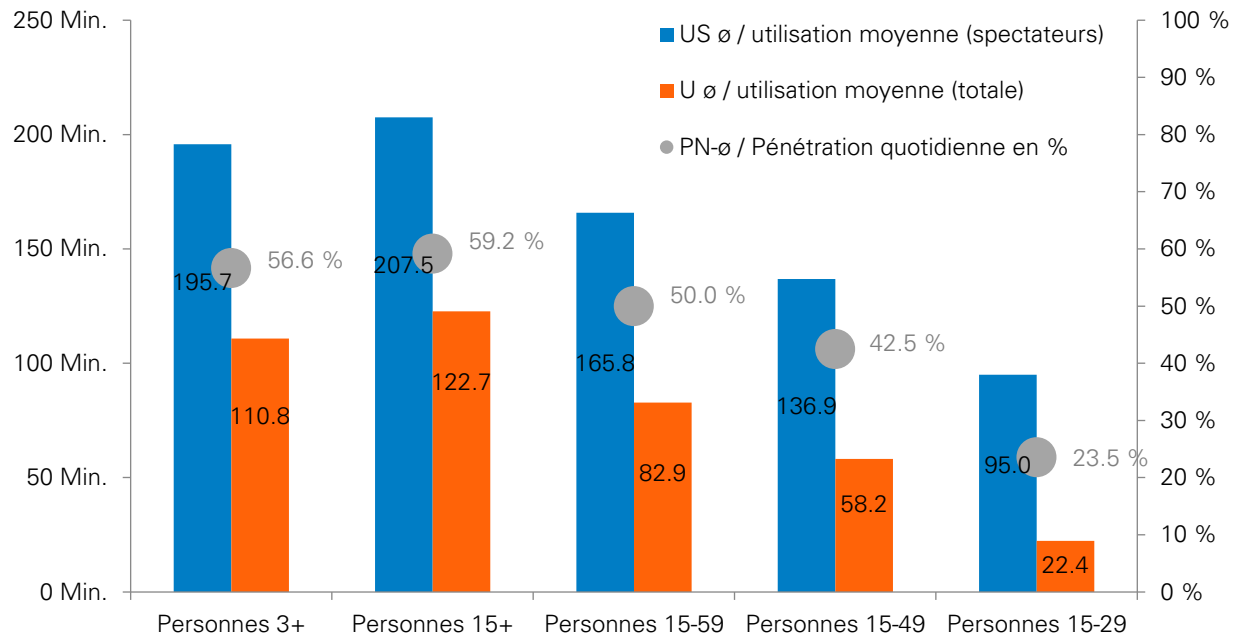
Comparaison avec le même semestre de l'année précédente

Par rapport au second semestre 2021, qui affichait une pénétration quotidienne de 58 %, on observe un recul de 1 point de pourcentage. La durée d'utilisation par personne a en revanche progressé, passant de 188 à 196 minutes. Cela signifie qu'en comparaison avec le même semestre de l'année précédente, la télévision a atteint un nombre un peu moins élevé de personnes, mais que celles-ci l'ont regardée plus longtemps. Le recul de la pénétration est comparable dans les trois régions linguistiques, atteignant 2 points de pourcentage en Suisse alémanique et en Suisse italienne et 1 point en Suisse romande. La

durée d'utilisation par personne s'est accrue de 18 minutes en Suisse italienne, de 11 minutes en Suisse romande et de 6 minutes en Suisse alémanique.

Audience TV sur tout le marché suisse au second semestre 2022

Pénétration quotidienne et durée d'utilisation par groupe d'âge



Source : Mediapulse TV Data (Instar Analytics) ; période : 01.07.2022 – 31.12.2022
 Univers : 7 498 000 (3+) / 6 573 000 (15+) / 4 615 000 (15-59) / 3 431 000 (15-49) / 1 318 000 (15-29)
 Échantillon (base sample) : 4 366 / 3 771 / 2 204 / 1 444 / 596 (tous les groupes cibles avec invités)
 TV total, 24h, lu-di, all platforms, overnight +7

À propos de la recherche TV de Mediapulse

La recherche TV menée par Mediapulse renseigne sur l'audience TV linéaire et en différé sur les appareils de télévision traditionnels (big screen). Une solution permettant de mesurer l'audience des offres TV sur les terminaux à petit écran (small screen) est d'ores et déjà fonctionnelle, mais ne couvre pas encore l'intégralité de ces formes alternatives d'utilisation. C'est pourquoi ces données d'audience ne figurent pas dans la statistique du deuxième semestre 2022. Le 1^{er} juillet 2022, après six mois d'exploitation parallèle, la recherche TV a basculé vers le nouveau système de mesure TV hybride. La présente publication semestrielle est donc la première à intégrer les Hi-Res TV Data, qui enrichissent la recherche basée sur le panel par des données d'audience provenant des boîtiers adaptateurs numériques (set top boxes).

À propos de Mediapulse

Mediapulse est chargée, en tant qu'organisation de branche indépendante, de collecter les données d'audience des programmes de radio et de télévision ainsi que des offres en ligne en Suisse. Ces données ont valeur de référence officielle et sont utilisées non seulement par les diffuseurs, les responsables de programmes et le secteur de la publicité, mais également par les autorités et les milieux de la recherche.

Entreprise proche du terrain, Mediapulse contribue au développement des marchés suisses des médias électroniques et de la publicité grâce à des services de recherche et à des produits de données. Ses systèmes modernes et de constantes innovations lui permettent de rendre compte également de l'évolution de l'utilisation des médias audiovisuels.

Garante de la neutralité, de l'indépendance, de la transparence et de la rigueur scientifique de la recherche sur les médias, Mediapulse est soumise à la surveillance du Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (DETEC), par l'intermédiaire de l'Office fédéral de la communication (OFCOM). Une grande partie du marché est représentée au sein du Conseil d'administration de Mediapulse SA ainsi que du Conseil de fondation de la Fondation Mediapulse.

Vous trouverez de plus amples informations sur : www.mediapulse.ch

Pour tout renseignement, veuillez vous adresser à :

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing

christian-kumar.meier@mediapulse.ch

+41 58 356 47 08



Mediapulse SA

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Berne

Badenerstrasse 15
8004 Zurich